



KAPITEL 4

DER PER- SÖNLICHE AUFTTRITT

Auch wenn Sie bereits einen erfolgreichen Online-Shop haben, können Sie durch Ihren persönlichen Auftritt immer noch zusätzlich Kunden gewinnen.

- Persönlich verkaufen (Seite 92)
- Einen Verkaufsstand einrichten (Seite 93)
- Verkaufsfähigkeiten (Seite 96)
- Eine gute Präsentation (Seite 98)
- Nach der Veranstaltung (Seite 104)
- Verkauf im Fachgeschäft (Seite 106)

PERSÖNLICH VERKAUFEN

Beschränken Sie sich nicht auf Online-Verkäufe. Die einfachste Möglichkeit, Ihr Handgefertigtes zu präsentieren und verkaufen, ist eine Ausstellung zu Hause. Laden Sie enge Freunde und Familienmitglieder ein, und bitten Sie diese, ihrerseits Freunde mitzubringen, die Interesse an Ihrem Kunsthandwerk haben. Gestalten Sie die Ausstellung völlig ungezwungen, und bieten Sie kleine Erfrischungen an. Sie können sich für die Ausstellung auch ein spezielles Thema überlegen oder einen jahreszeitlichen Bezug herstellen.

Auch auf regionalen Märkten können Sie Ihr Handgefertigtes verkaufen. Besuchen Sie ein paar davon, um sich zunächst selbst ein Bild über die Bandbreite und die Qualität des jeweiligen Angebots auf einem Markt zu machen. Bei dieser Gelegenheit können Sie auch mit Ausstellern sprechen und auf diese Weise sicher einige nützliche Informationen sammeln. Beobachten Sie, wie gut der Markt frequentiert wird, und fragen Sie nach den Kosten für einen Stand: Wie viel müssen Sie hier wohl verkaufen, um einen Gewinn zu machen?

Beginnen Sie mit einem kleinen Markt, bei dem die Kosten für einen Stand niedriger sind. Dies ist eine günstige Gelegenheit, erstes hilfreiches Feedback zu erhalten. Falls Sie gerne auf einem sehr beliebten Markt ausstellen möchten, vereinbaren Sie ein Treffen mit dem Organisator, um herauszufinden, was hier von einem Aussteller erwartet wird. Einige werden Beispiele Ihrer Arbeit sehen wollen, also legen Sie ihm Ihre besten Produktfotos vor! Bedenken Sie, dass die Standflächen vieler Veranstaltungen bereits im Vorhinein völlig ausgebucht sind. Sie müssen sich also in solchen Fällen schon sehr früh darum kümmern.



EINEN VERKAUFSSTAND EINRICHTEN



Ein eigener Stand auf einem Markt ist eine gute Gelegenheit, um sich und Ihr Handgefertigtes zu präsentieren. Je mehr gute Arbeiten Sie zeigen, desto größer und eindrucksvoller wird der Effekt sein. Je kreativer Sie Ihren Stand gestalten, desto besser sind Ihre Chancen, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu gewinnen. Diese sollen Ihren Stand erwartungsvoll und begeistert besuchen.

Schauen Sie sich zuerst die Stände auf anderen Märkten an, um Anregungen zu erhalten. Das können

Sie online tun, indem Sie beispielsweise unter Flickr (Seite 123) entsprechende Fotos anschauen, wo Gruppen sich den Ständen auf Kunsthandwerkermärkten widmen. Sie können solche Märkte aber natürlich auch persönlich besuchen. Notieren Sie sich, was Ihnen an der jeweiligen Aufmachung gefällt oder nicht, und berücksichtigen Sie diese Notizen, wenn Sie dann später Ihren eigenen Stand konzipieren

ZU BEACHTEN

1. FARBE

Die Farben sollten die Präsentation bereichern und nicht mit den Produkten konkurrieren. Ihre handgefertigten Stücke sollen von Farben oder Mustern, die zu kräftig oder aufdringlich sind, nicht in den Schatten gestellt werden. Wählen Sie also idealerweise solche Farben, die Ihre Produkte in der Wirkung aufwerten. Um die gesamte Fläche zusammenhängend zu gestalten, können Sie ein ergänzendes Muster für den Boden oder für die Decke eine passende Farbzusammenstellung vorzusehen. Überlegen Sie, welche Atmosphäre durch verschiedene Farben geschaffen wird, und berücksichtigen Sie das Umfeld Ihres Standes. Für eine Weihnachtsausstellung beispielsweise soll eine warme, festliche Stimmung erzielt werden.

2. EBENEN

Hocker und kleine Regale sorgen für zusätzliche Verkaufsebenen und können hilfreich sein, um die Besucher durch Ihren Stand zu führen. Verschiedene Ebenen lockern die Präsentation auf: Der Stand sieht nicht so überladen aus; es entsteht mehr Raum, in dem Sie Ihr Kunsthandwerk ausstellen können, und Sie vermeiden Menschenansammlungen um einen Tisch.



1

Überlegen Sie, welche Stimmung Sie bei den Besuchern Ihres Stands erzeugen möchten.



2

Sorgen Sie für hohe Tische, und stellen Sie Ihre Produkte so aus, dass die Besucher sie auch anfassen können.



3

Jedes Teil an Ihrem Stand sollte für den Kunden klar erkennbar etikettiert sein.

3

ETIKETTIERUNG

Eine umfassende Etikettierung spricht Kunden an. Es ist wichtig, dass Besucher sich gut informiert fühlen. Ein Kunde, für den die wichtigsten Produktinformationen wie Material und Preis nicht sofort auf einen Blick ersichtlich sind, wird womöglich eher zum nächsten Stand weitergehen, als Sie zu fragen. Präsentieren Sie Ihr Logo gut sichtbar. Legen Sie Visitenkarten und weiteres Werbematerial gut erreichbar aus, damit die Besucher sich daran erinnern, wer Sie sind und welche Marke Sie anbieten. (Übertreiben Sie es damit aber nicht, denn in erster Linie sollen die Kunden Ihre Produkte wahrnehmen.)

4

WERBUNG

Werben Sie auch online für Ihren Verkaufsstand, und »üben« Sie, wie Ihr fertiger Tisch aussehen wird. Fotografieren Sie ihn, und verwenden Sie diese Fotos im Internet, um für eine kommende Veranstaltung zu werben.



4

Üben Sie die Einrichtung Ihres Stands, und nehmen Sie attraktive Fotos davon auf, mit denen Sie auf Ihrer Website für eine bevorstehende Veranstaltung werben können.



VERKAUFSFÄHIGKEITEN



Lassen Sie den Besuchern Ihres Verkaufsstandes Zeit und Raum – statt sich gleich auf ihn zu stürzen, wenn er schließlich bei Ihnen stehen bleiben. Aber wenden Sie sich ihm durchaus gleich zu, und signalisieren Sie ihm, für jede Frage offen zu sein.

Warten Sie, bis jemand ein Teil in die Hand nimmt oder das Preisschild studiert, um ein Gespräch beginnen, in dem Sie ihm weitere nützliche Informationen zu Ihrem Produkt geben.

Seien Sie freundlich. Niemand besucht gerne einen Stand, an dem er mürrisch oder gar ablehnend empfangen wird. Das ist eigentlich eine Selbstverständlichkeit, aber manche vergessen anscheinend, wie viel schon ein Lächeln bewirken kann. Bleiben Sie höflich, auch wenn Sie sich über jemanden ärgern. Und bleiben Sie gelassen: Es gibt immer Tage, an denen man wenig oder sogar gar nichts verkauft. Das kann niederschmetternd sein, aber es muss nicht unbedingt mit Ihnen oder Ihren Produkten zu tun haben, sondern kann auch an fehlender oder

falscher Werbung der Veranstalter liegen, am Wetter – oder die Sterne stehen einfach ungünstig.

Falls Sie einen Stand im Freien aufbauen, informieren Sie sich am Vorabend über die Wetteraussichten, denn es gibt nichts Schlimmeres, als ohne Jacke in der Kälte zu stehen oder an einem sehr warmen Tag in warmen Stiefeln zu stecken.

Nehmen Sie sich ein paar Arbeiten mit, dann können Sie, wenn es einmal sehr ruhig zugeht, an einem Teil die letzten handgenähten Stiche erledigen oder endlich den Schal fertigstricken, den sie schon lange wollten. Das hat zudem den Vorteil, dass potenzielle Kunden sehen, dass die ausgestellten Stücke wirklich von Ihnen angefertigt wurden. So bietet sich häufig ein guter Einstieg in ein Gespräch.

Nennen Sie auf allen Werbematerialien, die Sie an Ihrem Stand auslegen, Links zu Ihren sozialen Netzwerken und Internet-Shops. Wer vor Ort nichts kaufen möchte, wird vielleicht später Ihre Website besuchen.

HINTER DEN KULISSEN

VICKY TRAINOR



Vicky Trainor entwickelte die Marken The Vintage Drawer und The Linen Garden für handgefertigte Haushaltswaren. Solange Vicky denken kann, hat sie gerne gebastelt, gesammelt und geforscht.

»Ich liebe es, auf Märkten meine Produkte zu testen und mit Leuten darüber sprechen zu können, was sie von manchen Mustern, Produkten und Preisen halten. Es ist sehr lohnend, ›echte Menschen im ›echten Leben‹ zu treffen.«

So kam sie dazu, Textilverarbeitung und Stickkunst zu studieren. Mit ihren Shops kann sie nun all das, was Sie schon immer liebte – Textilien, Stickerei, Design, Dekoration, Sammeln – in ihren beruflichen Alltag integrieren.

Besonders am Herzen liegen ihr kreative Ausbesserungsarbeiten. Vicky Trainor beschäftigt sich hauptsächlich mit beschädigter bestickter Tischwäsche und Vintage-Stoffen, die sie mit neuen Baumwollstoffen kombiniert und so zu schönen Unikaten macht.



EINE GUTE PRÄSENTATION



Stellen Sie kleine Mustergruppen zusammen, so bleibt Ihr Stand übersichtlich. Halten Sie die Einrichtung dezent. Die Aufmachung sollte nie mit den Produkten konkurrieren, sondern sie ergänzen und die Produkte herausstellen.

Suchen Sie nach Utensilien für Ihren Stand, die multifunktional eingesetzt werden können: Ein altes Bücherregal, das Sie mit einer Tapete überziehen, kann ein echter Hingucker an Ihrem Stand werden. Und zu Hause können Sie es dann ja wieder als ganz normales Regal benützen.

Sorgen Sie für ausreichend Ware. Es ist immer besser, zu viel als zu wenig dabei zu haben. Berücksichtigen Sie, wie lange der Markt dauern wird. Wird er

abends, nachmittags, ganztägig, an einem Wochentag, am Wochenende oder kurz vor Weihnachten abgehalten? Überlegen Sie, wie groß Ihr Stand wird und wie viele Produkte Sie brauchen, um ihn zu füllen. Es kann sich auszahlen, bei kleineren Veranstaltungen eine größere Menge von den kleineren, preisgünstigeren Produkten anzufertigen. Hier haben die Leute oft weniger Bargeld dabei, möchten aber spontan etwas kaufen. Übriggebliebenes können Sie dann ja für den nächsten Markt oder für Ihren Online-Shop verwenden.

Halten Sie Ihren Stand ordentlich und ansehnlich, um auf diese Weise schon optisch zu signalisieren, dass Sie ein professioneller Aussteller sind. Versuchen Sie zuerst, Produkte in Gruppen zusammenzufassen –

Ähnliches gehört zusammen. Wenn Sie beispielsweise handgefertigte Magnete anbieten, können Sie diese auf einer Magnettafel an der Wand anordnen. Wenn nur noch wenige übrig sind, können Sie Ihr Werbematerial mit an die Tafel hängen.

Auf einigen Märkten werden keine speziellen Standflächen vergeben, daher lohnt es sich, frühzeitig zu kommen und einen günstigen Standplatz zu wählen. So haben Sie genügend Zeit, Ihr Auto zu parken und alles aufzustellen, und Sie sind damit rechtzeitig fertig, wenn die ersten Besucher erscheinen.

Erkundigen Sie sich im Voraus, ob Sie für den Verkauf auf dem Markt eine Haftpflichtversicherung abschließen müssen, oder was sonst dabei zu berücksichtigen ist.



»Im Vorfeld sollten Sie immer einen Versuchsstand einrichten, um Möglichkeiten auszuprobieren, wie Sie sich und Ihre Waren am besten präsentieren. Stapeln Sie nicht einfach alles auf einen Tisch und hoffen das Beste! Sorgen Sie vor allem für eine hübsche Präsentation. Verwenden Sie Utensilien, die Ihre Produkte bestmöglich zeigen, und suchen Sie nach Dekorationsobjekten, die gut zu Ihrer Marke passen.«

Emma Lamb





DIE RICHTIGEN BüGEL FÜR IHREN STAND

Bügel eignen sich nicht nur, um Kleidungsstücke aufzuhängen, sondern auch für Accessoires wie Schals und Gürtel sowie für Innendekorationen wie Kissen, Decken und Quilts. Und natürlich können Sie diese auch individuell gestalten.

Mit Stoff umwickelte Bügel

- 1.** Zuerst den Stoff mit doppelseitigem Klebeband versehen. Die Stoffstreifen sorgfältig entlang dem Klebeband ausschneiden, damit die Stoffstreifen gänzlich mit Klebeband bedeckt sind.
- 2.** Etwa 2,5 cm Abdeckfolie von dem Klebeband abziehen und das Ende des Stoffs mit Klebeband am Bügel befestigen. Den Stoffstreifen mit der Klebeseite zum Bügel eng um den Bügel wickeln, dabei die Abdeckfolie immer weiter abziehen. Weiterwickeln, bis der Stoff verbraucht ist. Mit dem nächsten Stoffstreifen fortfahren, dabei das Ende des vorherigen Streifens mit dem Anfang des neuen Streifens fixieren.
- 3.** Wenn Sie wieder am Anfang angekommen sind, den Streifen noch um den Aufhängehaken wickeln. Das Ende abschneiden und an das Ende des Aufhängers eine Schleife aus Band binden.

WERKZEUG & MATERIAL

- Doppelseitiges Klebeband
- Stoffstreifen
- Metall-Kleiderbügel
- Band

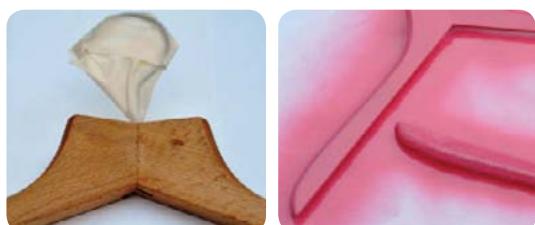


Bemalte Bügel

- 1.** Den Metallhaken mit Abdeckband umwickeln, damit er vor der Sprühfarbe geschützt bleibt.
- 2.** Entsprechend der Gebrauchsanleitung der Sprühfarbe den Holzbügel sorgfältig mit Farbe besprühen, bis eine gleichmäßige Farbschicht erreicht ist und die ursprüngliche Farbe nicht mehr durchscheint.
- 3.** Trocknen lassen. Ich bevorzuge mehrere dünne Schichten, damit die Farbe keine Tropfen bildet und eine gleichmäßige Schicht entsteht.

WERKZEUG & MATERIAL

- Holzbügel
- Abdeckband
- Sprühfarbe für die Anwendung auf Holz



CHECKLIST FÜR EINEN STAND

1 AUSSTELLUNGSMATERIAL

- Bestandsverzeichnis
- Displays
- Etiketten
- Steckdosenleiste/Verlängerungskabel und Lampen (klären Sie im Voraus, ob Sie Stromanschluss haben und ob dieser berechnet wird)
- Rollwagen, Taschen
- Notfallset – Sicherheitsnadeln, Gummiband, Kabelbinder, Schere, Schnur, Klebeband
- Plastikfolie oder Abdeckung, falls es regnet

2 VERKAUFSUTENSILIEN

- Wechselgeld
- System für Kartenzahlung
- Quittungsblock oder Verkaufsbuch
- Verpackungsmaterial, Kartons, Geschenkpapier, Etiketten
- Stifte

2



3 MARKETINGMATERIAL

- Visitenkarten
- Weiteres Werbematerial
- Anmeldeblatt für die Aufnahme in den E-Mail-Verteiler

4 PERSÖNLICHER BEDARF

- Kasse oder Geldbeutel
- Persönliches »Notfallset« – Taschentücher, Lippenbalsam, Sonnenschutz, Aspirin, Pflaster
- Wasser und Proviant
- Stuhl
- Arbeitsmaterial
- Zusätzliche Kleidung, Sonnenhut oder Regenjacke
- Bequeme Schuhe



1

4

3

NACH DER VERANSTALTUNG



Berechnen Sie nach jedem Marktauftritt Ihren Gewinn, und vergessen Sie dabei nicht, die Teilnahmegebühr, Reisekosten und sonstige Kosten, mit denen Sie vielleicht nicht gerechnet hatten, abzuziehen. Wenn Sie sehen, welche Produkte Ihnen am meisten eingebracht haben, können Sie Ihre Produktion entsprechend anpassen. Es lohnt sich auch zu prüfen, wie viele Verkäufe Sie als Ergebnis Ihres Marketings bei jedem Markt getätigten haben: Selbst wenn Sie durch die Teilnahme an einem Markt nur einen Stammkunden gewonnen haben – vielleicht jemanden, der auf dem Markt Ihre Visitenkarte mitgenommen und später Ihre Website besucht hat –, ist das für Sie schon ein Erfolg. Mit zunehmender Erfahrung werden Sie zu beurteilen lernen, welche Märkte für eine Teilnahme am lohnendsten für Sie sind, und diese können Sie dann in Ihrem Kalender vormerken.

»Ich habe immer Handzettel dabei. Jeder, der meinen Stand besucht, ob für ein Gespräch, um sich meine Produkte anzuschauen oder um etwas zu kaufen, nimmt welche mit. Ich versuche, diese Handzettel optisch interessant zu gestalten, und hoffe, dass die Leute sie schon deshalb aufheben, weil sie sie gerne anschauen. Manche verwenden Sie in Ihren eigenen Ateliers vielleicht an ihrer Pinnwand.«

Vicky Trainor, The Vintage Drawer



VERKAUF IM FACHGESCHÄFT

Wenn Sie Ihr Handgefertigtes in Fachgeschäften verkaufen können, ist damit auch ein gewisses Prestige verbunden. Schauen Sie sich zuerst in den Städten in der Umgebung nach potenziellen Läden für Ihr Kunsthandwerk um. Vergewissern Sie sich, dass diese in unterschiedlichen Gegenden liegen und sich nicht selbst gegenseitig Konkurrenz machen.

Suchen Sie diese Läden persönlich auf, und widerstehen Sie der Versuchung, sich gleich bei diesem ersten Besuch vorzustellen. Blicken Sie sich stattdessen erst einmal um, und beobachten Sie, wie dort verkauft, verpackt und geworben wird. Prüfen Sie die Preise, und halten Sie nach ähnlichen Produkten wie den Ihren Ausschau, damit Sie sicher sein können, dass Qualität und Stil Ihrer handgefertigten Produkte in das entsprechende Sortiment passen.

Setzen Sie Ihre Nachforschungen online fort, schauen Sie sich die Websites und Auftritte in den sozialen Medien an. Erst dann nehmen Sie mit dem Inhaber oder Geschäftsführer telefonisch bzw. per E-Mail Kontakt auf, um ein Treffen zu vereinbaren.

Stellen Sie sich ein solches Treffen wie ein Bewerbungsgespräch vor: Bleiben Sie immer höflich, professionell und selbstbewusst. Nehmen Sie zu einem solchen Gespräch immer Muster mit. Ihr Produkt sollte gut gekennzeichnet und hübsch verpackt sein, um einen guten Eindruck zu machen.

Online können Sie Ihre Produkte mehr oder weniger zum Einzelhandelspreis anbieten, aber ein Fachgeschäft muss auch seine Fixkosten decken – Miete, Versicherung, Personal etc. Der Händler wird sich nach dem von Ihnen empfohlenen Verkaufspreis erkundigen und auch selbst etwas am Verkauf verdienen wollen.

Arbeiten Sie vor dem Treffen Ihre Geschäftsbedingungen aus. Dazu gehören die Zahlungsbedingungen: Wie und wann Sie eine Zahlung akzeptieren, eine Mindestabnahmemenge vielleicht – dass der Laden etwa mindestens zehn Stück von einem bestimmten Produkt

DAS VERMEIDEN SIE

- Unangekündigt mit Ihren Produkten aufzutauchen und sie dem Ladeninhaber anzupreisen. Die meisten werden das als rücksichtslos und aufdringlich empfinden.
- Keine genaue Preisvorstellung zu haben. Erwarten Sie nicht von Ihrem potenziellen Käufer, dass er Ihnen Preise nennt.
- Aufdringlich zu sein.
- Nur über sich und Ihre Produkte zu sprechen. Zeigen Sie auch Interesse an Ihrem Gegenüber.
- Sich Vorwürfe zu machen, wenn der Käufer Sie abweist. Es kann Hunderte von Gründen geben, warum er Ihre Produkte nicht kaufen möchte, und viele haben überhaupt nichts mit der Qualität Ihres Angebots oder gar mit Ihnen selbst zu tun.

für einen bestimmten Preis bestellen muss – und einen Rabatt für Mehrfachbestellungen beispielsweise.

Investieren Sie schließlich etwas Zeit, um ein Informationsblatt, eine Broschüre oder zumindest eine Visitenkarte zu erstellen, die Sie übergeben können. Darin enthalten sein sollten in jedem Fall Ihre Kontaktdaten, Ihre Geschäftsbedingungen, der Einkaufs- und der empfohlene Verkaufspreis.

Ebenfalls enthalten sein könnten schöne Fotos und verlockende Beschreibungen Ihrer Produkte, die beim Geschäftsinhaber idealerweise einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Das wird Ihnen für das Gespräch nicht nur mehr Selbstvertrauen geben, sondern auch Ihre Position als (Verkaufs-)Profi deutlich stärken.

HINTER DEN KULISSEN

ANNE CRESCI



Anne Cresci etablierte Matilou, eine Marke für illustrierte Produkte. Sie studierte Grafik-Design und Bildende Kunst an der École Emile Cohl in Lyon, begann 1999, professionell zu illustrieren, und entdeckte 2008 Etsy, das damals in Frankreich noch nicht so bekannt war wie heute. Inzwischen hat sie eine hübsche kleine Boutique in Lyon, im Südosten des Landes. Sie lebt dort mit ihren

»Ich habe oft Schuldgefühle wenn Kunden in meinen unaufgeräumten Laden kommen. Aber ich denke, sie mögen diese »künstlerische Unordnung« ..., die eine gute Entschuldigung für meine kleine Schwäche ist.«

beiden Kindern Matis und Lou, deren Vornamen sie auch auf den Namen Matilou brachte. Sie genießt es inzwischen sehr, nicht mehr als Brotjob im Auftrag anderer illustrieren zu müssen, sondern nur noch das machen zu können, was ihr Spaß macht – und die kreativen Ergebnisse mit einer weltweiten Community zu teilen.

